

---

## ***Afinal, o que querem as mulheres?: uma experiência transmídia<sup>1</sup>***

*Afinal, o que querem as mulheres?: una experiencia transmídia*

*Afinal, o que querem as mulheres?: a transmedia experience*

Recebido em: 30 set. 2012

Aceito em: 19 ago. 2013

---

### **Adriana Pierre COCA**

Universidade Tuiutí do Paraná (Curitiba-PR, Brasil)

Mestranda em Comunicação e Linguagens na UTP. Especialista em Teoria e Técnicas da Comunicação pela Fundação Cásper Líbero. Graduada em Comunicação Social - habilitação em Rádio e TV pela Unesp. Contato: [pierrecoca@hotmail.com](mailto:pierrecoca@hotmail.com)

### **Graziela Soares BIANCHI**

Universidade Tuiutí do Paraná (Curitiba-PR, Brasil)

Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UEPG. Contato: [grazielabianchi@yahoo.com.br](mailto:grazielabianchi@yahoo.com.br)

---

<sup>1</sup> Este artigo é uma versão do texto apresentado no Grupo de Trabalho Entretenimento Digital durante o VI Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, realizado de 06 a 08 de novembro de 2012, em Novo Hamburgo/RS.

## RESUMO

---

O presente artigo coloca em discussão a relação entre a televisão e o ciberespaço, a partir da série da TV Globo *Afinal, o que querem as mulheres?* (2010). Traçamos um breve percurso histórico da cibercultura para contextualizar os caminhos que levaram a TV a dialogar com o ciberespaço e analisamos como essa narrativa ficcional se expandiu na internet, sobretudo, por meio das possibilidades oferecidas pelo site oficial da série, destacando o blog do protagonista.

**Palavras-chave:** Televisão; Ciberespaço; Narrativas Ficcionalis.

## RESUMEN

---

En este artículo es discutida la relación entre la televisión y el ciberespacio de la serie de TV Globo *Afinal, o que querem as mulheres?* (2010). Rastreamos la breve historia de la cibercultura para poner en contexto los caminos que llevaron a la televisión para hablar del ciberespacio y analizar cómo este relato ficticio amplióse en el Internet, especialmente a través de las posibilidades que ofrece el sitio web oficial de la serie, destacando el blog del protagonista.

**Palabras claves:** Televisión; Ciberespacio; Hibridación; Narrativas ficcionales.

## ABSTRACT

---

This article calls into question the relationship between television and the cyberspace from the series of TV Globo *Afinal, o que querem as mulheres?* (2010). We traced a brief history of cyberculture to contextualize the paths that led the TV to talk to cyberspace and analyze how this fictional narrative expanded itself in the Internet, especially through the possibilities offered by the official website of the series, highlighting the protagonist's blog.

**Keywords:** Television; Cyberspace; Hybridity; Fictional Narrative.

## Considerações Iniciais

Não restam dúvidas quanto ao fato de que estamos vivenciando o alvorecer de novas formações socioculturais que vêm recebendo tanto o nome de cultura digital quanto cibercultura.

Lúcia Santaella

Com essa afirmação, Lucia Santaella inicia o capítulo *Substratos da Cibercultura* no livro *Cultura e artes do pós-humano* (2003), texto em que a autora traça um histórico conceitual da cibercultura, do qual faremos uso, para tentar entender a produção televisual no atual cenário da convergência das mídias. Interessa-nos desenvolver um olhar mais atento a um momento ainda de transição, mas, sem dúvida, de profundas transformações provocadas pelo casamento da televisão com os processos de produção digital de conteúdo, especialmente endereçados à internet. É de nosso interesse também compreender como a TV vem se articulando em relação à internet, sobretudo no que tange à produção de ficção televisual na TV aberta e sua extensão no ciberespaço.

A escolha de *Afinal, o que querem as mulheres?* como referência empírica para exemplificar alguns aspectos do diálogo da televisão com o ciberespaço se deu, em função de a série nos oferecer elementos que apontam o quanto os limites entre os diferentes meios e linguagens se diluem e tornam suas fronteiras tênues na contemporaneidade.

*Afinal, o que querem as mulheres?* foi ao ar uma vez por semana, às quintas-feiras, às 23h30, de 11 novembro a 16 de dezembro de 2010 pela TV Globo e, desde sua concepção, foi pensada para dialogar com a internet. No site oficial da série, o diretor Luiz Fernando Carvalho explica: “Procuramos nos aproximar da linguagem das redes sociais, das mídias modernas, do diálogo curto (...)” (CARVALHO, 2010) <sup>2</sup>.

Vale registrar que o diretor sempre foi um realizador ousado, que transita entre o cinema e a televisão e é responsável por outros projetos inovadores na TV aberta, como as microséries *Hoje é Dia de Maria* (2005), *A Pedra do Reino* (2007) e *Capitu* (2008).

## A Era das “Novas Mídias”

<sup>2</sup> Disponível em <http://especial.afinaloquequeremasmulheres.globo.com/>. Acesso em 01 jul. 2012.

A série *Afinal, o que querem as mulheres?* exemplifica como a hibridação entre as linguagens vem se configurando, não só em relação ao direcionamento da narrativa, mas também no que diz respeito às transformações em relação a produção e a distribuição de informações sobre o conteúdo ficcional, como sinaliza Santaella (2003). Em seu percurso reflexivo, a autora distingue seis eras culturais: oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital, lembrando que a cultura de massas surge com o jornal, o telégrafo e a fotografia, é acentuada com o cinema, mas só se solidifica com a televisão. “A lógica da televisão é a de uma audiência recebendo informação sem responder.” (SANTAELLA, 2003:79). Lógica que começa a ser revista diante da acelerada evolução digital. A passagem de uma era cultural a outra não é linear, elas se sobrepõem, “criando tecidos culturais híbridos e cada vez mais densos. Essa densidade estava fadada a intensificar-se com a chegada da cultura digital.” (SANTAELLA, 2003: 81).

O que vemos acontecer com a produção televisual atual é um exemplo claro desse processo de imbricamento, como apontaremos a seguir na produção audiovisual analisada. Observamos a constante preocupação das emissoras de TV, em especial, a TV Globo, principal produtora e representante em números de audiência no Brasil, com as estratégias casadas entre seus produtos e a internet. No ano de exibição de *Afinal, o que querem as mulheres?* foi criado na TV Globo o Departamento Transmídia, que conta com profissionais exclusivamente dedicados à relação dos seus produtos com as “novas mídias”, e mais do que isso, nesse momento surge também um novo profissional na televisão, o produtor transmídia, que se responsabiliza, entre outras funções, pela produção de textos/conteúdo para o blog das personagens ficcionais das tramas televisuais, como o protagonista da série *Afinal, o que querem as mulheres?*. Isso é o que podemos chamar de convergência cruzada, apontada por Caparelli e Santos (2000), e que nesse caso, pode ser observada quando as profissões começam a se embaralhar diante da necessidade organizacional de novos perfis profissionais.

A internet é a principal representante das chamadas “novas mídias”, nas palavras de Lev Manovich,

(...) as novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição. Portanto, a internet, os sites, a multimídia de computadores, os jogos de computadores, os CD-ROMs e o DVD, a realidade virtual e os efeitos especiais gerados por computador enquandram-se todos nas novas mídias. (MANOVICH, 2005: 27)

Manovich (2005) nos ajuda a diferenciar cibercultura e “novas mídias”, que ressaltamos não serem tão novas assim, mas utilizamos o termo pela falta de outro mais adequado para designar a ideia. Para o autor, a cibercultura se preocupa com o estudo dos vários fenômenos sociais ligados à internet e outras novas formas de comunicação em rede, ou seja, não trabalha diretamente com os objetos culturais, isso fica sob o domínio das “novas mídias”. “Resumindo, a cibercultura concentra-se no social e na rede; as novas mídias concentram-se no cultural e na computação.” (MANOVICH, 2005: 27).

Entre as inúmeras possibilidades surgidas com as “novas mídias”, estão os produtos multimidiáticos como as produções televisuais atuais que expandem o conteúdo ficcional no ciberespaço por meio de *blogs* das personagens, *sites* com conteúdo extra sobre a narrativa ficcional, comunidades de fãs e jogos virtuais. Nosso foco está na produção de ficção, sobretudo, por se tratar do principal produto de entretenimento da TV aberta brasileira. Segundo o pesquisador Mauro Alencar (2008), só a teledramaturgia movimenta cerca de US\$ 70 milhões por ano em todo o mundo e chega até 2 bilhões de pessoas, em 32 idiomas. Dessas, 145 milhões são brasileiras. Os números mostram o potencial das narrativas ficcionais de TV no nosso país, narrativas que estão se reconfigurando diante da convergência midiática. A principal representante desse tipo de produção ainda é a telenovela, mas queremos mostrar que outros formatos, como as séries, também são garantia de entretenimento que se expande no ciberespaço.

## **A Convergência**

Sabemos que a convergência dos meios não é recente, mas entendemos que o hibridismo entre as linguagens nunca foi tão veloz e acentuado. “Na realidade, a convergência sempre foi essencial à evolução e ao processo midiamórfico.”<sup>3</sup> (FIDLER, 1998: 63). O autor chama de midiamorfose o processo de transformação natural de um meio, quando um novo nasce e ambos se influenciam, o meio antigo passa a evoluir de outra forma para não morrer.

---

<sup>3</sup> Livre tradução das autoras do original em espanhol.

Essa reflexão nos remete à expansão que hoje acompanhamos com as narrativas ficcionais televisuais para outras plataformas. A televisão continua funcionando em sua especificidade, as novelas, as mini e microsséries continuam sendo produzidas e exibidas na TV, mas não só. Esse universo ficcional que extrapola a TV, Henry Jenkins (2009) chama de transmídiação e a internet é seu terreno mais fértil, afinal, a internet é multimídia. Santaella (2003) considera o rápido desenvolvimento da multimídia um dos aspectos mais significativos da evolução digital, porque une as principais formas de comunicação: a escrita, a audiovisual, as telecomunicações e a informática.

Sobre a convergência dos meios, Jenkins a define como “um fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2009: 29). A transmídiação, de acordo com o autor, é o processo de transposição de narrativas ficcionais além dos limites do suporte para o qual foi criada, dando novos contornos à relação do consumidor com o universo ficcional, como os blogs das personagens ficcionais que são criados na internet e trazem conteúdos que complementam a narrativa exibida na TV. Cada suporte deve ser capaz de articular a narrativa de maneira distinta, a ponto de acrescentar informações nas demais plataformas, ou seja, as narrativas transmídias envolvem universos ficcionais que possam ser compartilhados em diferentes meios. O termo é uma associação ao inglês *transmedia storytelling* (JENKINS, 2009).

A transmídiação na teledramaturgia brasileira está levando os estudiosos das narrativas ficcionais televisuais a se dedicarem a uma releitura das teorias e metodologias adotadas para se pensar a produção na TV. Sobre isso, a pesquisadora Immacolata Vassalo de Lopes, coordenadora do Centro de Estudos de Telenovela da Universidade de São Paulo e também do OBITEL – Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva diz que há “(...) necessidade de envolver o espectador por meio de conexões com as mais variadas mídias, numa tentativa de seduzi-lo à interação com a trama em múltiplas condições.” (LOPES *et al.*, 2009: 395). Essa interação está sendo realizada de maneira quase obrigatória e é, por isso, que o ciberespaço já é visto pelos pesquisadores do audiovisual como um aliado, e não como uma ameaça a soberania da televisão.

### *Afinal, o que querem as mulheres?*

*Afinal, o que querem as mulheres?* conta a história de André Newmann, um psicólogo em busca de responder, em sua tese de doutorado, ao questionamento do pai da psicanálise, Sigmund Freud. Questionamento este que dá nome à série. A proposta, desde o início, foi que a produção extrapolasse os limites da TV, em um processo de transmidiação como apontado por Jenkins. Cerca de um mês antes da sua estreia televisiva, no *site* oficial do programa já havia o primeiro *post* do blog do protagonista André, apresentando-se.

A série marcou presença nas redes sociais (Twitter, Facebook) e em comunidades virtuais de fãs, mas nosso recorte se localiza em seu *site* oficial, que traz informações sobre os bastidores, episódios, frases do Freud, vídeos e créditos, além de enquetes e o *blog* do protagonista. Na época da exibição, uma forma de interação com o internauta/espectador foi à enquete: afinal, o que querem as mulheres? e, afinal, o que os homens pensam que as mulheres querem?

Sabemos que a convergência não é só tecnológica ou de conteúdo, é também econômica, e observamos no *site* da série que isso também foi explorado. Embora de maneira tímida, encontramos a publicidade da coleção de pequenos livros com os roteiros da série sendo “vendidos”. Na verdade, um *link* nos oferece o *download* do roteiro do primeiro episódio e avisa que em breve os livros com os roteiros estarão disponíveis nas livrarias, informação ainda exposta no *site*, mas desatualizada, já que há meses o *box*, a caixa com seis livros, cada um com o roteiro de um episódio, já estava a venda nas livrarias.

## O Blog

Destacamos o *blog* do protagonista como uma experiência bastante instigante na observação da produção e sua expansão no ciberespaço, um exemplo da hibridação entre as mídias, que mostra também como a lógica televisual de ter uma audiência, só recebendo informações sem responder, está mudando, mesmo que essa “resposta” seja por meio de outra mídia, que complementa, em certos aspectos, o conteúdo gerado na TV.

O *blog* do protagonista de *Afinal, o que querem as mulheres?* funcionou da seguinte forma: era um diário *on-line* como outro qualquer. Os *posts* feitos por André muitas vezes faziam referências as suas falas na série. O que mais nos chama a atenção nessa forma de transmidiação da narrativa ficcional é a resposta do

internauta/espectador. Muitos travam um diálogo com a personagem. Outros parecem não saber como lidar com as fronteiras entre o real e o ficcional e ora direcionam o *post* à personagem, ora ao ator. Michel Melamed é o ator que dá vida a personagem ficcional André Newmann e o internauta não sabe exatamente a quem recorrer quando acessa o *blog*. E há ainda os que buscam via *blog* marcar uma consulta real com a personagem ficcional.

Por isso, na análise do *blog*, a metodologia adotada foi a leitura dos comentários correspondentes a cada postagem feita pelo protagonista no *site*, em seguida, a seleção dos comentários, que não revelavam apenas elogios à série. Buscamos os textos que traziam alguma inquietação, sugestão ou procuravam estabelecer um diálogo com o *blogueiro* ficcional, característica dos desdobramentos possíveis na relação que se estabelece entre a televisão e a internet.

É pertinente levantarmos, nesse aspecto, o conceito de imersão. Para Janet Murray (2003), a imersão no ciberespaço pode ser comparada com a experiência física de mergulhar em um ambiente estranho ao seu. Hoje, o espaço digital nos convida a submergir em seu “mundo encantado” que o computador em si já nos oferece, mas alerta que a viagem em um ambiente imersivo deve ser “estruturada e restringida”. De forma paradoxal, precisamos manter esses dois universos “em perfeito equilíbrio no liminar do encantamento, sem deixar que ele desmorone para um lado ou para o outro.” (MURRAY, 2003: 103). Para Murray, isto feito, a grande vantagem do prazer proporcionado pela imersão no ciberespaço quando em contato com narrativas ficcionais é que ao suspender nossa faculdade crítica, exercemos mais nossa faculdade criativa. A autora acredita que ainda estamos em um momento de aprendizado em como lidar com essas novas experiências de representação. Ela nos diz que “Pouco a pouco estamos descobrindo as convenções de participação que se constituirão na quarta parede desse teatro virtual, os gestos expressivos que irão aprofundar e preservar o encantamento da imersão.” (MURRAY, 2003: 125). O que fica sinalizado é que a imersão também está sendo expandida para fora da televisão, mas a partir dela, como exemplo dos *posts* da série observada neste texto.

Podemos comparar essas manifestações que revelam uma possível falta de discernimento entre os dois mundos, real e ficcional, ao que acontecia (e ainda acontece em proporção menor) na relação do espectador e os atores em situações públicas. Quantas vezes não ouvimos notícias de atores que interpretam vilões serem ofendidos de alguma forma, publicamente.



No total, 51 *posts* foram feitos em nome da personagem André Newmann enquanto *Afinal, o que querem as mulheres?* ficou no ar. Desses, muitos foram amplamente comentados, com cerca de 90 repercussões, outros sem muitas respostas, registrando apenas 5 ou 8 comentários relacionados. Muitos comentários buscavam ajudar a personagem a responder a sua inquietação *Afinal, o que querem as mulheres?*. A maioria das intervenções era realizada por mulheres, algumas não buscavam a interação propriamente dita, apenas funcionavam como registro, como os *posts* com elogios à série. De qualquer maneira, essa movimentação indica que a interação do internauta/espectador foi reveladora e mostra o que a abertura dada a ele no ciberespaço pode ocasionar. Convergência, transmidiação e reconfiguração que indicam a importância da estratégia casada entre a televisão e o ciberespaço, uma preocupação inerente a quem produz narrativas ficcionais na TV hoje, como alertou Lopes (2009).

## Outros Diálogos

A série de TV *Afinal, o que querem as mulheres?* se articulou no ciberespaço, sobretudo através do seu *site* oficial, mas também se destacou pelo diálogo com outras linguagens. Relacionaremos alguns desses pontos, para tanto, adotamos como metodologia a seleção dos trechos mais significativos, depois que a narrativa televisual foi revista por muitas vezes, observando as referências a outras linguagens.

A personagem que deu vida a Sigmund Freud era representada por uma animação em *stop motion*, uma forma de dar à temática da psicanálise um ar mais despojado, como solicitava a narrativa. A vinheta de abertura traz desenhos encomendados ao artista plástico alemão Olaf Hajek, que com referências ao movimento artístico surrealista - um dos períodos da arte moderna que tem como principal representante o pintor Salvador Dalí - retrata com requinte a atmosfera impressa pelo diretor Luiz Fernando Carvalho. Uma proposta totalmente adequada ao protagonista, que vivia perturbado entre seus devaneios pela perda do seu grande amor, Lívia, uma artista plástica, vivida pela atriz Paola Oliveira. O uso corrente da função metalinguística também possibilitou um diálogo interessante entre os meios. Os bastidores de uma série de TV sobre a vida da personagem principal é destaque em um dos episódios, uma referência que teve como participante o ator Rodrigo Santoro, fazendo o papel de Rodrigo Santoro. A personagem André Newmann também dá uma

entrevista ao apresentador de televisão Serginho Groisman no programa de TV *Altas Horas*. Em outro momento, ele é comentarista sentimental de um programa de rádio.

Todo este contexto narrado através das lentes experimentais e coloridas de Carvalho. Lentes com cores fortes, uma clara referência à *pop art* dos anos 60 e, segundo informações do site Memória Globo, a intenção também foi imprimir a mistura estética que encontramos no bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, onde foi rodada a série, que teve 90% das cenas gravadas em locações, ou seja, os espaços originais do bairro foram amplamente explorados.

O conceito de hiper-realidade, traduzido por um olhar crítico e poético sobre o real, norteou as equipes de cenografia, figurino, arte e iluminação do programa. Sigmund, a *pop art* de Andy Warhol, o universo *kitsch* e as fotos eróticas de David LaChapelle serviram de referência (Memória Globo, 2010).<sup>4</sup>

Essa informação do *site* Memória Globo merece uma breve exploração conceitual do que é hiper-realidade, um termo que nasce com o teórico francês Jean Baudrillard quando se refere à reprodução de objetos reais, como por exemplo, as réplicas de obras de arte, mais do que isso, nos alerta Murray (2003), conceito fundamental para nos ajudar a refletir sobre a fusão entre o real e o simulado, sempre desconcertante, como as postagens observadas no *site* da série. A autora diz que é frequente associar à experiência no mundo digital à hiper-realidade, mas que isso não é exatamente uma propriedade de um meio em especial, ela considera mais uma maneira de vivenciar a mídia em geral, “um vai-e-vem na fronteira entre uma ilusão poderosamente concreta e um mundo comum mais autêntico, mas tremeluzente.” (MURRAY, 2003: 125).

### Apontamentos Críticos

Nas discussões delineadas na presente reflexão, procurou-se compreender a intensa relação da televisão com a internet, por meio da observação de alguns comentários do *blog* da série *Afinal, o que querem as mulheres?*

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-277121,00.html>. Acesso em 30 jun.2012.

Evidenciamos a preocupação das emissoras de TV, principal veículo de comunicação de massa no Brasil, em investir na extensão das narrativas ficcionais no ciberespaço, o que pode ser pertinente, mas para o cientista social francês Dominique Wolton (2007) é pedante o discurso que a sociedade do futuro passa pelo teclado. Compreende-se que a TV vem se remodelando devido à intensa relação com as outras mídias na contemporaneidade, no entanto, corroboramos com Wolton (2007) diz que a nossa realidade é bem menos multimídia do que parece e levanta a seguinte questão: Por que as novas tecnologias agradam tanto? As respostas são várias. Entre os jovens, a sensação de abertura. Devemos traduzir isso como liberdade atrelada à recusa às mídias tradicionais. Outro ponto interessante seria a “angústia antropológica”, além é claro da atração pelo novo, o moderno. É pertinente registrar que um dos *posts* do blog de André Newmann traz um comentário feito por uma adolescente de 12 anos, que diz que os pais não a deixam ver a série, mas mesmo assim ela gostaria de dar os parabéns pelo trabalho. A TV ela está proibida de assistir, não diz o motivo, mas ao site da série ela tem livre acesso e pode, inclusive, dar a sua opinião. Exemplos como esse apontam o interesse do público jovem pelas novas tecnologias.

Para Wolton (2007), três palavras definem bem o fascínio pelas novas tecnologias: autonomia, domínio e velocidade. Cada um age, sem chefes por perto, sem intermediário, o resultado é imediato e isso gera um sentimento de liberdade absoluta, o que o faz pensar que a expressão “surfear na internet” é perfeitamente justificável. Quem sabe a adolescente em seu surfe virtual não experimentou esse sentimento de liberdade ao driblar os pais e se manifestar sobre a série que foi impedida de assistir.

André Lemos (2010) compara o navegar hipertextual a *flânerie* urbana e lembra que o *zapping* foi o antecessor da navegação contemporânea. *Flâneur* é a personagem do século XIX que nasce das palavras do poeta francês Charles Baudelaire e como um andarilho sem rumo flana pelas ruas a observar o mundo. Para Lemos, “O andar do *flâneur* é, assim, ato de tomar posse, de marcar simbolicamente o espaço.” (LE MOS, 2010: 125). É exatamente o que fazem os internautas que expressam sua opinião no blog da personagem de *Afinal, o que querem as mulheres?*, demarcam o espaço por meio de uma experiência livre, descompromissada.

Isso aponta para outra dimensão. No aspecto social, é como se a internet desse uma chance a todos nós, funciona como uma emancipação do indivíduo. Wolton (2007) diz que essa “liberdade” deve ser preservada, até porque reflete o espírito do nosso tempo. E nós acreditamos que essa emancipação propiciada pela rede possibilita ao

espectador de TV sair da posição de mero apreciador da programação televisual e assumir uma postura de crítico, comentarista, co-autor da narrativa ficcional.

A produção audiovisual analisada mostra que a televisão, com a preocupação é claro, de não perder audiência e atrair telespectadores, está em sintonia com o “espírito do nosso tempo”; espírito este que faz parte da cultura contemporânea que é equiparada por André Lemos com a própria cibercultura. Os apontamentos expostos até este momento revelam que o telespectador da série procurou estabelecer uma relação dialógica com o protagonista, foi por isso que, na metodologia adotada, os comentários selecionados observaram estabelecer essa relação.

Erick Felinto (2006) lembra que a cibercultura tem um fator fundamental que a diferencia dos períodos que a antecederam que é a passagem do paradigma “analógico” para o “digital”. Felinto afirma que a cibercultura promove uma “informatização” radical do mundo “(...) uma visão na qual toda natureza, incluindo a subjetividade humana, pode ser compreendida como padrões informacionais passíveis de digitalização em sistemas computadorizados.” (FELINTO, 2006: 3) É essa passagem, a chegada ao digital, que garantiu a velocidade espantosa que Wolton considera um dos elementos que nos conduzem ao fascínio pelas novas tecnologias.

Santaella corrobora com a afirmação de Felinto apontando que “pode-se digitalizar diferentes tipos de informação, como áudio e vídeo, reduzindo-os também a uns e zeros.” (SANTAELLA, 2003: 83) A referência da autora é ao código informático binário, que utiliza apenas dois números: 0 e 1, esses são os *bits* da informação e o sinal digital se traduz dessa forma em um fluxo de *bits*. Santaella (2003) alerta que: “O que mais impressiona não é tanto a novidade do fenômeno, mas o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que elas provocam” (2003: 18). E por conta da rapidez com que o avanço tecnológico se deu nas últimas décadas que Arlindo Machado alicerça a seguinte preocupação:

A hibridação, sem nenhuma dúvida, produz inovação e avança em termos de complexidade, mas também produz relações de desigualdades (...). No caso do processo de informatização forçada que estamos vivendo hoje, no qual os meios (fotografia, cinema, vídeo, televisão, gravação sonora etc) estão sendo obrigados a transitar para o digital, a uma velocidade que chega a ser predatória, pois geram exclusões, gerações que são incapazes de se adaptar,

obsolescência tecnológica e obsolescência de acervos <sup>5</sup> (MACHADO, 2006: 8).

Talvez, a exclusão a que se refere Machado se aplique à grande parcela da população que é deixada de lado, como sinaliza Wolton (2007), fora da experiência multimídia, uns porque não têm acesso, outros porque são incapazes de acompanhar a velocidade do fenômeno.

### Considerações Finais

As questões levantadas pelos diferentes autores nos mostram dois caminhos possíveis em relação à produção televisual recente, um nos coloca diante da mistura, do hibridismo cuidadoso entre linguagens, conteúdos e meios que, se for feito de maneira inovadora, o resultado pode garantir sucesso de crítica e audiência e, ao que tudo indica, já mostra sinais que pode ser explorado de forma assertiva com produções como a série *Afinal, o que querem as mulheres?*.

O outro caminho é a saturação de imagens unidas em uma única tela, no caso a TV, pode trazer um estranhamento capaz de fazer o espectador deixar a “telinha” de lado. As possibilidades de deslocamento desse indivíduo são inúmeras. Assistir TV nos dias de hoje significa acompanhar também as outras mídias e embora Wolton (2007) argumente que o mundo é muito menos multimídia do que parece, a preocupação das emissoras em focar suas ações no ciberespaço são consideradas igualmente assertivas no que concerne à conquista do público.

A TV no ciberespaço não perde a sua especificidade enquanto linguagem televisual, essa continua sendo pensada em suas características próprias, mas agora não pode deixar de dialogar com outro espaço social que é a rede e foi isso que se propôs a série *Afinal, o que querem as mulheres?*. Constatamos, por meio da análise do *site* oficial da série, em especial, o *blog* da personagem/protagonista, que o objetivo foi alcançado. Também acreditamos que iniciativas como essa, embora bem-sucedida, ainda parecem incipientes perto do que o ciberespaço pode oferecer às narrativas ficcionais televisuais e seu casamento com a rede. Devemos levar em conta que, mesmo ainda falando-se em horário nobre na TV, quando pensamos no ciberespaço, podemos

---

<sup>5</sup> Livre tradução das autoras do original em espanhol.

dizer que hoje todos os horários são nobres e é cada vez mais importante se pensar como as narrativas tradicionais da televisão podem se comportar diante dessas novas experiências.

Essa breve reflexão nos ajudou a trilhar os passos que delinearam o cenário atual em que a televisão se situa. Mostrou também que o internauta/espectador está ávido para ser ouvido e que cada vez mais esse espaço social, fruto da cultura digital, merece ser estudado. Recorremos mais uma vez a André Lemos (2010) para lembrar que a “(...) interatividade digital é um tipo de relação tecnosocial (...) possibilita ao usuário interagir, mas não apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é com o conteúdo.” (LE MOS, 2010:114). Lemos completa: a interatividade será “baseada em uma ordem mental, simbólica e imaginária, que estrutura a própria relação do homem com o mundo.” (LE MOS, 2010:115). Relação essa que é o foco da cibercultura, que como vimos, reflete sobre os impactos sociais e a rede, marcos do “espírito do nosso tempo”, que ganha ares cada dia mais velozes e configura de outra maneira a forma de se produzir e narrar histórias ficcionais na televisão; essas agora mantêm relações estreitas com o ciberespaço.

## Referências

*Afinal, o que querem as mulheres?*. Disponível em [www.afinaloquequeremasmulheres.globo.com](http://www.afinaloquequeremasmulheres.globo.com): Acesso em: 23 maio 2012.

ALENCAR, Mauro. **A hollywood brasileira – panorama da telenovela no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

CARVALHO, Rose Meire. Diário íntimo na era digital: diário público, mundos privados In: Lemos, A. (org.), Palacios, M. (org.). **Janelas do Ciberespaço. Comunicação e Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2000.

CAPPARELI, Sérgio; SANTOS, Suzy dos. Caminhos cruzados: a televisão entre a WEB e as teles. In: Lemos, A. (org.), Palacios, M. (org.). **Janelas do Ciberespaço. Comunicação e Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2000.

CASTRO, Daniel. **R7**. Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2011/10/06/nova-classe-media-muda-novelas-e-jornais-da-globo-afirma-diretor/> Acesso em 06 out. 2011.

FELINTO, Erick. Os computadores também sonham? Para uma teoria da cibercultura como imaginário. **UNIrevista**, v. 1, n. 3, jul. 2006.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**. Barcelona: Granica, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susan Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LOPES, M. I. V.; BREDARIOLI, C.; ALVES, C. G.; FREIRE, D. O. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, M. I. V. (org). **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.

MACHADO, Arlindo. Convergencia y divergencia de los medios in revista Miradas. EICTV: Havana, 2006 Disponível em: [http://historiaiuna.com.ar/?page\\_id=11](http://historiaiuna.com.ar/?page_id=11) Acesso em 30 maio 2012.

MANOVICH, Lev. **O chip e o Caleidoscópio – reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Senac, 2005.

**Memória** **Globo.** Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-277121,00.html>  
Acesso em: 30 jun. 2012.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck – o futuro da narrativa no ciberespaço**. Trad. Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzzio. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paullus, 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Trad. Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulina. 2. edição, 2007.

### **Programa de Televisão**

DVD *Afinal, o que querem as mulheres?* Direção: Luiz Fernando Carvalho. Rio de Janeiro: TV Globo, 2010.